

SOSTENIBILITÀ



Quando tutta la filiera è coinvolta

Laura Turrini

Il progetto Back to Basic di Cantina Pizzolato va oltre il concetto di produzione biologica e include, in ottica green, ogni aspetto del packaging della nuova linea nata per celebrare il 40° anniversario di attività di questa realtà trevigiana, la quale, nel 2021, si è ulteriormente ampliata ed è stata inglobata nella Settimo Pizzolato Holding

Quello di Settimo Pizzolato è un percorso che ha inizio quarant'anni fa, nel 1981, quando, affiancando il padre Gino Pizzolato, egli entra in azienda e progressivamente intraprende, tra i primi imprenditori enologici in Italia, la via del biologico. Da allora la Cantina Pizzolato srl di Villorba (TV) si è evoluta senza sosta, producendo vini certificati biologici dal 1991 e facendo della sostenibilità ambientale, sociale ed economica l'asset di riferimento della sua intera

filiera, un carattere identitario imprescindibile e sempre tradotto in scelte strategiche lungimiranti. Oggi questa realtà veneta di successo conta, oltre a diverse certificazioni e riconoscimenti internazionali, più di 7 milioni di bottiglie prodotte annualmente di vini bio vegan, 85 ettari di vigneti di proprietà, una cinquantina di conferitori certificati biologici, una moderna cantina di vinificazione che raggiunge una capacità di stoccaggio superiore a 45.000 ettolitri, il 100% di energia autoprodotta e di acqua filtrata riuti-

lizzata, un fatturato 2021 previsto di oltre 20 milioni di euro e una presenza capillare in 35 Paesi del mondo, grazie a una quota export sul totale del 93%. Al fine di potenziare l'azienda e dotarla di una struttura organizzativa ancor più moderna, efficiente e funzionale, la proprietà, nell'aprile scorso, ha deciso di istituire la Settimo Pizzolato Holding, composta dai quattro membri della famiglia Pizzolato: Settimo Pizzolato, Sabrina Rodelli, Federico e Stefania Pizzolato, figli di Settimo nonché futura generazione aziendale.

Strategico diversificare l'offerta

«La Holding possiede il 100% di Cantina Pizzolato srl – spiega Sabrina Rodelli, export manager – e fa da cappello all'azienda agricola Pizzolato Settimo, che entro la fine del 2021 vedrà l'apertura di un agri-wine bar, ad ampliamento del comparto dedicato all'ospitalità. In quest'ultimo anno il biologico si è rivelato un segmento di mercato in ascesa: noi ci abbiamo creduto fortemente da sempre, lavorando con impegno sia in vigna, con il progetto dei vitigni resistenti Piwi, sia, più in generale, nella conduzione dell'azienda attraverso il nostro Bilancio Sociale, che, per il terzo anno consecutivo, è coinciso con la nostra bussola. Da un punto di vista commerciale, siamo presenti nella grande distribuzione specializzata di vini biologici, settore che rientra nelle categorie di negozi alimentari con crescita a doppia cifra dei consumi, un dato che conferma che il consumatore è sempre più consapevole dell'acquisto. Diversificare l'offerta al consumatore è stato strategico: solo vini bio di qualità, certificati, da fasce di prezzo medie a quelle più alte, con differenziazioni di packaging. L'aumento più importante delle vendite ha riguardato le nostre botticine, specialmente grazie alla linea M-Use,

la bottiglia in vetro leggero nata per essere riutilizzata, che a solo un anno e mezzo dall'inserimento sul mercato ha registrato risultati importanti. Il nostro ultimo progetto, inoltre, la nuova linea Back to Basic, incarna al 100% il percorso identitario che abbiamo sin qui realizzato: rispetto per l'ambiente, sviluppo sostenibile, responsabilità sociale e condivisione degli impegni con i nostri fornitori».

Partner e fornitori entusiasti

Nello specifico, Back to Basic è una linea che va oltre il vino biologico e coinvolge l'intera filiera del packaging attraverso l'utilizzo di sei elementi ecologici e a basso impatto ambientale: uve, vetro, tappo, capsula, etichetta e cartone di imballaggio. Un progetto nato volutamente nel quarantesimo anno di attività della Cantina, che ha festeggiato abbracciando il concetto di "basic" inteso come celebrazione dei valori essenziali e identitari dell'azienda. «Quello dei 40 anni – racconta Settimo Pizzolato, titolare della Cantina – è un traguardo di cui siamo orgogliosi. Biologico è credere che siamo parte di un equilibrio più grande; è una scelta di vita, una responsabilità che vogliamo ispiri ogni aspetto della filiera produttiva Pizzolato. Forti di questa convinzione, abbiamo sentito l'esigenza di realizzare una linea che non parlasse solo di vino biologico, ma che coinvolgesse tutti gli stakeholders che gravitano attorno alla realizzazione di una bottiglia. Abbiamo trovato partner e fornitori che hanno deciso di abbracciare con entusiasmo questo progetto di filiera, proponendoci, o addirittura realizzando appositamente, il loro prodotto più sostenibile».

Vetro wild glass per cinque vini

Partendo dalle uve, alla nuova linea sono stati dedicati circa 15 ettari di



La famiglia Pizzolato

vigneti, in cui vengono coltivati Pinot Grigio, Raboso Piave, Pinot nero, Manzoni Bianco e Chardonnay. Anche per queste vigne il metodo di allevamento è il Sylvoz, sistema a controspalliera funzionale e sostenibile, che permette di ridurre il numero di interventi e di utilizzare macchinari di ultima generazione. Il vetro adottato per la creazione della nuova linea si basa su un uso dei materiali altamente innovativo: si tratta infatti del wild glass di Estal, la cui miscela è composta per il 94% di vetro riciclato. Un materiale, questo, la cui produzione ha un impatto ecologico estremamente ridotto, premiato ai LuxePack Green Awards nell'ottobre 2019 e 100% certificato PCR (post consumer recycled). L'elemento chiave della sostenibilità, in questo vetro, si somma all'elevato livello di personalizzazione che esso consente: nel caso della linea Back to Basic, si è scelto di accentuare l'unicità e l'imperfezione del vetro riciclato utilizzando una texture che avesse un effetto vintage (back). Il risultato è un design organico e irripetibile – simile a un prodotto ar-



SOSTENIBILITÀ

Un impegno concreto in vigna e in cantina

LOTTA INTEGRATA E BIOLOGICA Da oltre 35 anni, Pizzolato promuove metodi alternativi all'utilizzo di pesticidi, erbicidi e prodotti di sintesi
ACQUA 100% Irrigazione a goccia in tutti i vigneti, evitando gli sprechi
VITICOLTURA SOSTENIBILE Viticultura altamente specializzata, con macchinari di ultima generazione; utilizzo di soli atomizzatori a recupero; lavorazione interceppo senza impiego di erbicidi (gestione meccanica delle infestanti)
VIGNETI Sistema a controspalliera Sylvoz, che riduce il numero di interventi (lavorazioni combinate); 100% biologici con vitigni autoctoni; ricerca e micro vinificazioni con uve da vitigni resistenti (2/4 trattamenti annui); progetto "mi.di.fen.do": individuazione microorganismi che producono composti organici volatili in grado di attivare nella vite le vie di difesa contro la flavescenza dorata
VENDEMMIA Dal riuso dei vinaccioli sono prodotte le grappe e un olio alimentare biologico
AGRONOMI 2 enologi interni e 1 agronomo esterno per garantire la qualità e la salute dei vigneti
CANTINA ALL' AVANGUARDIA Controllo da remoto delle operazioni di cantina; tecniche vitivinicole che rispettano l'espressione di ogni grappolo
RICICLO DELL'ACQUA Utilizzo di un depuratore biologico con possibilità di riuso dell'acqua
ENERGIA FOTOVOLTAICA 570 pannelli che ricoprono il tetto della cantina; 89 tonnellate di CO ₂ risparmiata ogni anno
IMBOTTIGLIAMENTO Macchinari di ultima generazione e all'avanguardia. Riciclo dei liner di carta e progetto "Cycle4Green"
LABORATORIO ANALISI Con sistema analitico robotizzato multiparametrico

tigianale, ma con le caratteristiche del vetro realizzato industrialmente —, per conseguire il quale sono state messe in campo le conoscenze di Vetri Speciali, sviluppando accorgimenti e innovazioni tecnologiche frutto dell'esperienza dell'azienda e arrivando a un'estetica "spontanea" e compatibile con la natura.

Debossing su etichette Sabrage

L'etichetta, in carta riciclata Sabrage 100% di UPM Rafiatac, non contiene plastiche o altri materiali di derivazione non naturale ed è ottenuta dallo scarto della lavorazione dell'industria del cotone e non da coltivazioni dedicate. Ideata da Stefano Torregrossa, art director di O'Nice Design, e concretizzata con avanzate tecniche di stampa prodotte da Sanfaustino Label, essa occupa, sulla bottiglia, il minor spazio possibile e riporta la tecnica del debossing, finalizzata a ridurre al massimo l'uso di inchiostri. Per quanto riguarda le scritte incise e obbligatorie, la tecnologia utilizzata è offset, ossia la meno impattante dal punto di vista ambientale, perché a basso contenuto di solventi e con il numero minimo di deposito di colore, in quanto lo stesso viene spalmato da una lastra fotoincisa. La quantità di inchiostro è inferiore a qualsiasi altra tecnica utilizzata e, in questa lavorazione, il peso totale sfruttato per produrre la commessa è stato pari solamente a 0,5 kg. Concepita come un pezzo unico fasciante, l'etichetta consente di ridurre anche l'impatto della colla e le lavorazioni in fase di imbottigliamento, e per premiare i valori intrinseci del progetto prima ancora che il vino stesso, mette volutamente al centro dell'attenzione il brand Pizzolato e il suo messaggio di sostenibilità e tutela ambientale, mentre la tipologia di prodotto è riportata sul retro, oltre che sulla fascetta del tappo.

Tappi in sughero e cartoni riciclati

Per le chiusure, è stato scelto il modello twin top evo di Amorim Cork, interamente in sughero, materiale ecologico e sostenibile al 100%, naturale, rinnovabile, riciclabile e riutilizzabile, in grado di compensare un livello di CO₂ pari a 297 grammi. Questo valore, riportato anche sul tappo stesso, corrisponde alla quantità compensata tra la CO₂ emessa durante tutto il ciclo di trasformazione e la CO₂ che una pianta di sughero è in grado di trattenere in 9 anni di accrescimento della corteccia. L'inchiostro utilizzato per le scritte sulle chiusure è adatto al contatto alimentare e con quantità di metalli pesanti molto inferiori ai 100 mg/kg previsti dalle attuali normative europee. Anche la capsula del progetto presenta elementi di ricerca e sviluppo in ambito green: Pizzolato ed Enoplastics, infatti, hanno studiato una capsula dedicata alla linea proveniente da materiale di riciclo PET. L'imballo del cartone, infine, realizzato dall'azienda DS Smith, presenta il 79% di carte riciclate, mentre per la stampa sono stati utilizzati colori su base acqua a basso impatto ambientale. La progettazione grafica dei cartoni è stata studiata secondo i principi del design



«Il futuro? Ha radici bio!»

L'azienda agricola Pizzolato è stata fondata nel 1981 a Villorba, un comune situato nella zona centrale della provincia di Treviso. Fin dagli inizi, l'azienda ha adottato una filosofia avente come focus la coltivazione biologica e poi vegan, la sostenibilità, l'innovazione e la massima qualità dei suoi prodotti. Per Settimo Pizzolato, "biologico" non è un prodotto, ma uno stile di vita, un'attenzione costante all'ambiente, una scelta nata da un percorso personale in cui il rispetto è il fondamento della società. L'azienda è composta,

oltre che dallo stabilimento di trasformazione, dagli ettari di superficie vitata che circondano la cantina e tutti i vigneti sono condotti perseguendo i principi del metodo biologico. Lo staff aziendale attua con un'esperienza pluritrentennale le migliori pratiche agronomiche: la potatura ragionata, lo stimolo dell'attività biologica del terreno attraverso l'utilizzo di compost organico, la defogliazione, con lo scopo di evitare ristagni di umidità all'interno della parete fogliare, la lavorazione del sottofilo per limitare la competizione tra

le piante infestanti e le vite. Il metodo di allevamento dei vigneti è il Sylvoz, sistema a controspalliera che assicura l'ottenimento di un'ottima produzione e la qualità delle uve, per un'ideale trasformazione in cantina. «Le difficoltà di coltivare in regime biologico sono quotidiane – chiarisce Pizzolato –: l'attenzione deve essere costante e ancor più impegnativa per affrontare annate critiche, che mettono a dura prova anche l'agricoltura tradizionale. È in queste situazioni limite,

come nell'annata 2014, che l'esperienza diventa fondamentale. Solo con una grande conoscenza del vigneto e dell'ambiente si può infatti proteggere l'uva con metodi naturali, senza ricorrere all'utilizzo di fitofarmaci. È un cammino impegnativo, che richiede costanza, ma che regala anche grandi soddisfazioni. La parola biologico porta in sé concetti molto profondi, come rispetto, conoscenza, benessere e collaborazione, ma anche voglia di mettersi in gioco e attenzione estrema alle norme».

circolare, evitando di stampare le parti dell'imballo che non sono a vista, e nel packaging, tra gli altri, sono stati inseriti i loghi FSC e Circular By Nature.

Etichetta d'Oro

Sintesi perfetta del percorso evolutivo portato avanti da Pizzolato in questi 40 anni, Back to Basic ha già conseguito un primo riconoscimento: il Raboso IGT Veneto Back to Basic ha infatti vinto l'Etichetta d'Oro nella ca-

tegoria "Vini rossi tranquilli a denominazione di origine e a indicazione geografica delle annate 2020 e 2019" nel contesto della 25ª edizione di Vinitaly Design International Packaging Competition 2021. Valutata e premiata da una giuria internazionale di designer, art-director e giornalisti, l'etichetta Back To Basic si è distinta per il suo basso impatto ambientale. «Il Vinitaly Design International Packaging Competition rappresenta un evento

ricosciuto a livello nazionale e internazionale e, come designer, ottenere questo premio prestigioso ha rappresentato per me una soddisfazione personale e professionale, legata a un intero progetto sostenibile che ho seguito con molta dedizione insieme a Sabrina – commenta Stefano Torregrossa, art director di O'Nice Design –. Ad oggi è significativo prendere atto che anche l'occhio internazionale del mercato vinicolo conferisce il giusto riconoscimento a progetti che non guardano solamente l'estetica o le lavorazioni, ma che si fondano su una qualità del design più minimale, essendo già carichi di messaggi legati all'attenzione all'ambiente e alla sostenibilità dei materiali adottati di cui sono composti». Grande soddisfazione anche da parte dell'export manager della Cantina: «Questo premio gratifica l'impegno speso in questo progetto, che ho seguito personalmente e che avevo nel cassetto da tempo – conclude Rodelli –. Per noi la strada della sostenibilità – e quindi della riflessione, dell'attenzione e del rispetto – è, e continuerà ad essere, l'unica percorribile».

Alla nuova linea sono stati dedicati circa 15 ettari di vigneti, in cui vengono coltivati Pinot Grigio, Raboso Piave, Pinot nero, Manzoni Bianco e Chardonnay



Sabrina Rodelli, export manager